

实施品牌经济带动区域经济增长的探讨

——基于常州品牌经济发展的视角

包忠明 袁淑清

品牌经济是市场经济发展到一定水平的一种新型经济发展形式，也是区域经济发展进程中的一种高级发展形态。区域品牌经济反映了该区域经济发展的软实力，体现着区域经济发展的文明水平。常州地处苏南、位于长三角核心区域，优越的地理位置和经济发展环境，为常州品牌经济发展提供了先天的条件。常州品牌经济经过由小到大、由弱到强的发展历程，在带动区域经济增长中发挥着越来越重要的作用。尽管常州品牌经济具有较大的发展潜力，但也面临着比较激烈的国内与国际竞争的挑战。因此，常州应强化品牌经济的发展，使品牌经济成为带动区域经济增长的新动能。

一、常州品牌经济的发展概况

改革开放前，常州在工商业经济发展过程中就涌现了一系列老字号，改革开放后，尤其是近年来，常州知名企业和知名品牌不断发展壮大，在带动常州区域经济发展中发挥着越来越重要的推动作用。

（一）常州老字号品牌的辉煌

常州是中国近现代工业发祥地之一，也是商业经济发达地区，品牌经济随着近现代工业的发展和商业经济的繁荣而萌芽和成长，形成了“丰登”“双桂坊”“老天泰”“康王”“迎桂”“马复兴”等一大批知名品牌。新中国成立后，常州又增添了“开一天”“银丝面”“玉蝶”“蔡天赐”等新产品。同时，常州的纺织、机械等行业全国闻名，工业经济进入全盛时期。到上世纪70年代末，常州在全国69个同类城市中，人均产值第一，财政收入第一。这一时期，常州形成了“月夜”“黑牡丹”“天马”“常柴”“星球”等畅销一时的热门品牌，常州先后有“S195”柴油机、“东风”牌手扶拖拉机、“荷花”牌灯芯绒、“六鹤”牌棉纱、“水月”牌卡其布等产品获得国家金奖，另有44只产品获得银奖，常州品牌经济进入辉煌时期，品牌经济成为带动常州区域经济增长的中坚力量。

（二）常州品牌经济的调整

进入上世纪90年代后，随着国民经济由计划经济向市场经济的转型，市场竞争越发激烈，市场消费品新品牌层出不穷，消费者的消费需求也发生了很大的变化。而常州一部分老字号品牌仍然按照计划经济的思维进行企业经营和管理，企业经营管理僵化、经营方式落后，品牌影响力逐渐下降，常州品牌经济发展进入调整期。

在这期间，面对市场经济转型发展和激烈竞争的市场环境，常州也有一部分老字号品牌能够按照市场经济的发展规律适时改革和调整，创新企业经营管理模式，不仅使老字号品牌得到了保留，而且使老字号品牌能够不断发展壮大，具有代表性的主要有“常柴”“黑牡丹”“东风”等品牌，“瑞和泰”“义隆素菜馆”“常州糕团店”等一批老字号品牌也得到了保护发展。

（三）常州品牌经济的新发展

进入新世纪以来，常州通过实施品牌发展战略，集中力量培育了一批具有竞争力的知名品牌。2002年在常州市政府推动和工商部门培育指导下，对“马复兴”“瑞和泰”“银丝面”等老字号品牌进行了商标抢救性注册和复兴。2010年常州市政府出台了《关于大力实施商标战略推进创新型区域建设的意见》，明确了“十二五”期间全市商标发展的总体要求、主要目标、重点任务和保障措施。2011年起，常州市委、市政府将商标品牌战略工程纳入全市重点工程项目，确立年度商标品牌发展考核任务。2014年，市政府出台了《关于大力实施商标战略促进产业转型升级的意见》，明确了2015年到2020年商标发展各项长期、短期目标任务，并建立了自主品牌培育考核体系，加强各项目标任务督查考核。

品牌战略的实施，促进了常州品牌企业的成长壮大，推动了常州品牌经济水平的提升，带动了常州区域经济增长。据《常州统计年鉴》的数据，常州目前共有中国驰名商标105件，绝大多数是新世纪以来新增的驰名商标，共计新增102件；近三年新增江苏名牌产品217个，目前全市江苏名牌产品总数已达358个。常州自主品牌的发展使区域品牌经济不断壮大，自主品牌企业增加值占全市GDP的比重已经超过20%，位居全省前列。

二、常州品牌经济发展面临的挑战

随着常州经济增长进入新旧动能的转换阶段，品牌经济作为带动经济增长的新动能，其带动区域经济增长的拉动作用愈加凸显，而品牌经济发展面临的压力和挑战也更加突出。虽然近年来常州品牌经济发展成效显著，驰名商标和名牌产品数量逐年增加，品牌知名度和品牌竞争力得到了明显提升，但是，常州品牌经济还存在着一些具体问题，譬如地方名牌产品比例偏大、新兴产业名牌产品比例偏小和区域内部各区市（县）品牌分布不平衡等。同时，还存在以下挑战：

（一）面临毗邻区域竞争的挑战

江苏省内各个地级市的品牌竞争态势十分明显，苏南的品牌竞争愈加激烈，苏中、苏北的品牌经济也已加入竞争行列。江苏省近年发布了《江苏省区域商标品牌发展指数报告》，利用品牌政策支持、品牌发展实效、品牌保护力度、社会协同效应以及品牌发展潜力等5个一级指标和30个二级指标，对江苏省商标品牌的发展情况进行了综合全面的评价。常州品牌综合指数排位靠前，但有些单项指标排位尚不理想。

商标品牌发展综合指数常州落后于苏州、南京和无锡，全省排第4位。单项指标中“品牌发展实效”指标位列全省第3位，排在苏州和无锡之后；“品牌政策支持”指标位列全省第4位，落后于扬州、南京和泰州；“社会协同效应”指标位列全省第5位，落后于苏州、南京、扬州和无锡；“品牌保护力度”和“品牌发展潜力”指标分别位列全省第7位和第10位，排位比较靠后。由此可见，常州面临着江苏省内区域之间品牌竞争的挑战，这种挑战一方面来自苏南毗邻区域，如苏州、无锡等；另一方面来自苏中地区，如南通、扬州、泰州等。

（二）面临国内品牌竞争与品牌国际化的挑战

常州所处的长三角区域，区域内不仅有上海、杭州、南京等发达城市，而且有与常州同属地级市的苏州、无锡、宁波等经济发达城市。同属经济发达地区的珠三角区域品牌经济，不仅基础良好，而且发展势头迅猛，该区域的佛山、东莞、珠海等与常州同属地级城市，品牌经济发展都已具备一定的实力，对常州品牌经济发展形成了一定的竞争挑战。此外，经济同样发达的环渤海地区，以及中西部地区的一些经济发达区域，品牌经济发展也具备一定竞争力，与常州存在着一定程度的竞争。在《2018中国城市品牌排名（地级市）》中，常州位列第11位，不仅落后于同为长三角区域的苏州、无锡、绍兴、嘉兴，而且落后于珠三角区域的佛山、东莞、珠海，以及福建的泉州和山东的烟台。

“一带一路”倡议的实施，为品牌国际化带来了新的更广阔空间。“一带一路”涵盖了亚欧非60多个国家和地区，沿线八大发展中国家新兴市场，为中国企业品牌“走出去”实现品牌国际化提供了“新市场”，将促使中国企业品牌在广大发展中国

家新兴市场中成为国际品牌。对于常州来说，“一带一路”倡议为常州产业转型和升级、品牌国际化和品牌经济发展提供了难得的新机遇；通过品牌国际化发展品牌经济，为常州品牌经济发展提出了新课题新挑战。一方面，常州实施品牌国际化，需要政府从落实国家“一带一路”倡议的高度，使品牌国际化与之相融合与衔接，凝聚政府和企业的发展合力，协同推进常州品牌走出国门，迎接品牌国际化，参与品牌国际化；另一方面，常州品牌经济正处于品牌资本积累的关键时期，整体发展实力与品牌国际化的要求还有一定的差距。常州一部分企业虽然长期实行品牌经营，但品牌的成熟度还不具备品牌国际化的标准，品牌知名度正处于向品牌人性化转变进程中；另一部分企业尚无知名品牌，或知名度较低、处于品牌成长阶段及成熟期内，需要完成品牌知名度向品牌特征化的转变。为此，常州企业实行品牌国际化需要培养和引进品牌国际化人才，从企业管理模式、管理团队、战略规划等方面进行整合，逐步克服品牌发展中过度依赖国际品牌代理、品牌国际化程度低的弊端。

三、常州实施品牌经济带动区域经济增长的原则

常州要围绕促进“常州制造”向“常州智造”转变这一目标，积极推进产业从低附加值向高附加值、从价格竞争向技术竞争、从成本竞争向品牌竞争的转变，着力实施品牌经济带动区域经济增长战略，全面落实品牌经济助推经济增长转型升级重要举措，使品牌经济在带动常州经济增长中发挥积极推动作用。

（一）贯彻科技自主创新的原则

科技自主创新是品牌经济发展的前提和基础，而品牌经济的发展会推进科技自主创新。常州要围绕品牌经济的发展，整合技术、人才和资金等相关要素，聚力科技自主创新，持续创建常州自主品牌，不断催生新品牌。要明确政府科技自主创新的重点领域，发挥政府科技自主创新的政策导向作用，采取行之有效的科技自主创新品牌培育措施，建立健全科技自主创新的政策支持机制。要充分利用常州产业和企业创新优势，发挥企业科技自主创新的主体作用，协调推进财政税收、金融信贷等科技自主创新政策措施，做好企业科技自主创新服务保障工作。要进一步完善科技创新人才培养和引进机制，采取多元化人才培养、引进和激励政策，加强自主创新人才队伍建设，不断创新科技人才服务方式，构建让他们施展才华的管理平台，营造良好的科技创新氛围。

（二）明确品牌经济发展方向的原则

常州品牌经济的发展，可以确定为培育企业品牌、扩大常州品牌和打造国际品牌三个方向。培育企业品牌，要围绕产业发展战略的要求进行规划，按照工业品牌、农业品牌和服务品牌进行分类培育。工业品牌的培育，要坚持发挥品牌经济的优势，既要培育高附加值产品品牌，又要注重培育低污染和低能耗产品品牌；农业品牌的培育要注重提升常州地理标志品牌，围绕常州区位优势培育具有特色的农产品品牌；服务品牌的培育要强化服务企业品牌知名度，围绕常州十大重点服务产业，积极培育现代服务龙头企业品牌。扩大常州品牌要发挥“常州智造”和“常州服务”两种“区域名片”的效应，提升常州区域特色经济与产业聚集品牌的竞争力，整体打造常州品牌，有计划地扩大常州品牌和品牌经济的影响力。打造国际品牌，要借助国家“一带一路”倡议和区域发展方略，采取自主创建、跨国收购与兼并等方式，提升常州自主品牌的国际影响力，努力创建具有能够“走出去”的常州国际品牌。

（三）营造品牌经济增长氛围的原则

营造品牌经济增长氛围，是促进品牌经济增长的重要保障，也是保障品牌经济健康发展的基础性工作。常州要全面落实传统产业升级、新兴产业倍增和服务业提速计划，指导企业完善品牌战略规划，全面营造品牌经济增长的良好氛围。要通过建立品牌经济专业机构、品牌经济信息平台、品牌经济协同机制等，加强品牌经济增长的规划与协调，营造发展品牌经济的良好氛围。要健全品牌经济服务体系，协调品牌经济金融服务，拓宽融资渠道，开展服务培训，构建多方联动和参与的品牌经济发展氛围。要充分利用现代大众媒体的传播与导向作用，持续推进常州品牌的推介和宣传，引导企业拓展品牌市场，树立常州品牌

市场形象，扩大市场影响力。

（四）提升品牌经济竞争力的原则

品牌经济的竞争力决定着区域经济的竞争力，提升品牌经济竞争力需要强化品牌的培育管理。常州要不断完善品牌培育机制，围绕产业发展战略构建常州品牌管理制度，为提升品牌经济竞争力提供保障。要持续推进常州老品牌复兴计划，通过设立政府专项基金等措施，提升常州老品牌的竞争力。要强化政府服务品牌经济发展的能力，服务企业技术创新和创建品牌，支持企业品牌竞争力的提升。要推动品牌产权市场运作，建立健全品牌产品管理制度，规范品牌市场行为。要提高品牌保护意识，完善品牌保护工作机制，为提升品牌经济竞争力保驾护航。

（五）实施“互联网+品牌经济”的原则

互联网的高速发展与普及，不仅催生了许多新兴产业，为传统产业注入了新的竞争活力，而且为品牌和品牌经济提供了极佳的发展机遇。通过建立生产与销售相结合、品牌创建与营销相结合的信息化管理体系，实施“互联网+品牌经济”策略，促进品牌和品牌经济健康增长。为此，通过采取“互联网+品牌经济”策略，强化品牌经济信息化建设，将成为促进常州品牌经济突破发展的有效途径。为了实施“互联网+品牌经济”策略，常州要健全促进企业信息化建设的政策法规，强化企业品牌信息化建设；要完善常州经济管理信息化建设规划，构建常州品牌经济增长的信息化平台；要持续推进“常州智造”和“常州服务”两大品牌，系统开展品牌的互联网宣传和营销。

本文系常州市社会科学研究基金项目“常州实施品牌经济带动区域经济增长研究”（CZSKL2017C002）的阶段性和成果。

（作者单位：常州纺织服装职业技术学院）